

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**  
**о назначении административного наказания по делу**  
**об административном правонарушении № 4-14.3-733/77-16**

«14» июля 2016 года

г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <....>, рассмотрев Протокол от 16.06.16 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-733/77-16, возбужденного в отношении ПАО «МТС», в связи с нарушением пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его потребительских свойствах, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),  
в присутствии защитника ПАО «МТС» по доверенности <....>,

**УСТАНОВИЛ:**

ПАО «МТС» <....>.

Решением Комиссии Московского УФАС России от 24.05.2016 по делу № 3-5-49/77-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ПАО «МТС» при распространении в период с 18.01.2016 по 31.01.2016 на телеканале «РБК-ТВ» рекламы 4G Интернета от МТС, в том числе с использованием фразы: «...А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны...» установлен факт нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его потребительских свойствах.

Установлено, что на телеканале «РБК-ТВ» в период с 18.01.2016 по 31.01.2016 распространялась реклама следующего содержания: *«Каждая услуга от МТС открывает новые возможности для бизнеса. Защищенный Интернет обеспечил компании «Аэрофлот» бесперебойную передачу данных о состоянии самолета от специалиста к диспетчеру, что позволяет компании обслуживать значительно большее количество рейсов без задержек. А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны. МТС - № 1 для Вашего бизнеса».* При этом фраза «МТС - № 1 для Вашего бизнеса» сопровождается следующим текстом, расположенным внизу экрана: *«Информация «№ 1 для Вашего бизнеса» основана на данных исследования компании ООО «ТМТ Консалтинг», проведенного в мае — июле 2015 г., ПАО «МТС» является лидером корпоративного рынка по объему выручки среди операторов мобильной связи*

*России по итогам 2014 года».*

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась, в том числе, на телеканале «РБК-ТВ», который зарегистрирован в качестве средства массовой информации, что подтверждается Свидетельством Эл № ФС 77-48829 от 02.03.2012. В соответствии с вышеуказанным Свидетельством территорией распространения является Российская Федерация и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц-потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В настоящем случае, исходя из комплексного восприятия рекламы, объектом рекламирования выступают услуги, оказываемые ПАО «МТС», в частности - по предоставлению доступа к 4G Интернету.

На основании изложенного, спорная информация является рекламой.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики

применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление Пленума ВАС РФ № 58), информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В рассматриваемой рекламе в отношении 4G Интернета используется следующая фраза: *«...А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны...»*. Из буквального толкования используемой в рекламе фразы у потребителя создается впечатление о том, что доступ к 4G Интернету предоставляется ПАО «МТС» в любой точке страны. Однако данные сведения не соответствуют действительности, 4G Интернет не покрывает без исключения всю территорию Российской Федерации.

В силу специфики своей деятельности корреспонденты ТАСС могут находиться в любой точке Российской Федерации. В рекламе четко заявлено, что при этом они могут молниеносно отправлять из места своего нахождения любой материал в редакцию благодаря 4G Интернету от МТС. То есть в рекламе содержится прямое утверждение о покрытии 4G Интернетом от МТС всей территории страны без исключения.

Таким образом, из фразы: *«...А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны...»*, следует, что именно покрытие 4G Интернетом от МТС всей территории Российской Федерации обеспечивает корреспондентам ТАСС возможность передавать информацию из любой ее точки и благодаря этому оставаться ведущим информационным агентством.

Следует также отметить, что реклама воспринимается потребителем в своей целостности и единстве и не рассматривается как совокупность посылок и вывода.

Как указано в заявлении, поступившем в Московское УФАС России (вх. № 48003 от 22.12.2016), в рассматриваемой фразе заявитель увидел прямое утверждение о возможности использовать 4G Интернет от МТС в любой точке страны. Вопрос о понимании рекламы носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. Представляется очевидным, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее).

По мнению специалистов Московского УФАС России, для признания рекламы содержащей определенный контекст не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие даже одного лица, воспринимающего рекламу определенным образом.

ПАО «МТС» в рамках рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе также отмечено, что Общество оказывает услуги подвижной радиотелефонной связи с использованием радиоэлектронных средств стандарта LTE и последующих его модификаций на всей территории Российской Федерации согласно

Лицензии № 101247 от 25.07.2012, и это не подразумевает присутствие 4G Интернета в любой точке страны.

Однако соответствие деятельности ПАО «МТС» лицензионным требованиям не относится к предмету ведения федеральной антимонопольной службы и не должно рассматриваться в рамках дела о нарушении законодательства о рекламе, так как в полномочия антимонопольного органа входит оценка рекламы в контексте ее восприятия потребителями.

Как указывалось выше, спорная реклама направлена на привлечение внимания к услугам МТС неопределенного круга лиц. Требования Закона о рекламе к содержащейся в рекламе информации направлены, в первую очередь, на соблюдение прав и интересов широкого круга лиц-потребителей рекламы. Очевидным является тот факт, что при создании такой рекламы должно учитываться ее восприятие лицами, которые в своем большинстве не являются специалистами в области лицензионных требований к услугам подвижной радиотелефонной связи с использованием радиоэлектронных средств стандарта LTE. Следовательно, использованная в рекламе фраза воспринимается ими в ее непосредственном прямом контексте, а не с поправками на требование лицензии.

На основании изложенного, учитывая контекст рекламы, а также ее комплексное восприятие, в рассматриваемом рекламном ролике содержится утверждение о покрытии 4G Интернетом от МТС всей территории Российской Федерации.

Таким образом, при распространении рекламы 4G Интернета от МТС установлен факт нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама 4G Интернета от МТС, содержащая, в том числе, фразу *«А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны»* является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с представленными в адрес Московского УФАС России документами и сведениями, спорная реклама распространялась АО «РБК-ТВ» на телеканале «РБК-ТВ» в период с 18.01.2016 по 31.01.2016 на основании последовательно заключенных договоров: Договор возмездного оказания услуг № 17-1501/12-ПП от 01.01.2016, заключенный между ЗАО «РБК-ТВ» (в настоящее время АО «РБК-ТВ» и ООО «Глобал Медиа Солюшенс» (Договор 1); Агентский договор № КМ-917/115 от 27.11.2016, заключенный между ООО «Глобал Медиа Солюшенс» и ООО «Кросмедиа — Видео Интернешнл» (Договор 2); Договор № КМ-150213-002 от 13.02.2016, заключенный между ООО «Кросмедиа — Видео Интернешнл» и ПАО «МТС». В соответствии с вышеуказанными договорами, рекламодателем спорной рекламы является ПАО

«МТС». Обществом данный факт не отрицается.

Таким образом, в действиях ПАО «МТС» как рекламодателя спорной рекламы при распространении в период с 18.01.2016 по 31.01.2016 на телеканале «РБК-ТВ» рекламы 4G Интернета от МТС, содержащей, в том числе, фразу *«А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны»*, установлено нарушение пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Местом совершения административного правонарушения является территория вещания телеканала «РБК-ТВ», в том числе — г. Москва.

Установлено, что периодом распространения спорной рекламы является 18.01.2016 - 31.01.2016, в связи с чем, срок на привлечение лица к административной ответственности не истёк.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ПАО «МТС» состоит в распространении рекламы 4G Интернета от МТС с нарушением требований пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. Московским УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Таким образом, ответственность за нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ несет ПАО «МТС».

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ, при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ, к числу обстоятельств, отягчающих административную ответственность, относится повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок предусмотренный статьей 4.6 КоАП РФ.

Согласно статье 4.6 КоАП РФ, лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления

о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

Постановлением Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 4-14.3-974/77-15 от 05.10.2015 ПАО «МТС» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Постановлением Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 08-28/A402-15 от 12.11.2015 ПАО «МТС» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Постановлением Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 08-28/A65-15 от 16.10.2015 ПАО «МТС» привлечено к

административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Постановлением Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 08-28/A71-15 от 22.07.2015 ПАО «МТС» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Постановлением Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 08-28/A24-15 от 21.04.2015 ПАО «МТС» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Постановлением Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 4-14.3-315/77-15 от 25.05.2015 ПАО «МТС» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Постановлением Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 08-28/A70-15 от 22.07.2015 ПАО «МТС» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

При этом, должностным лицом Московского УФАС России учтен тот факт, что во всех вышеперечисленных случаях ПАО «МТС» привлекалось к административной ответственности за нарушение положений Закона о рекламе при распространении рекламы путем распространения смс-сообщений, что свидетельствует об уклонении правонарушителя от соблюдения требований законодательства.

Таким образом, должностным лицом установлены обстоятельства, отягчающие административную ответственность ПАО «МТС».

В соответствии с пунктом 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ, к числу

обстоятельств, смягчающих административную ответственность относится добровольное добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения.

Установлено, что ПАО «МТС» представлена информация об исполнении Предписания № 75 в определенный предписанием срок.

Таким образом, должностным лицом установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность ПАО «МТС».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 400 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

#### ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ПАО «МТС» <...> виновным в совершении правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить ПАО «МТС» <...> наказание в виде административного штрафа в размере — 400 000 (четыреста тысяч рублей ноль копеек) руб.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ПАО «МТС», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за

нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-733/77-16.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение: квитанция на 1 листе.

Заместитель руководителя

<...>

<...>